

A.A. Nedirova

directeur de recherche: O.V. Khartchychyna,

docteur ès sciences économiques, titulaire

Université d'Etat de Jitomir I. Franko

Professeur de langue : Y. O. Lisova

CULTURE CORPORATIVE DE L'ENTREPRISE

La culture d'entreprise, parfois appelée culture organisationnelle, peut aussi être définie comme l'ensemble des règles d'une organisation (entreprise privée, publique...), des valeurs partagées, la manière dont elles doivent être véhiculées, et la manière commune d'aborder les problèmes. Elles peuvent être inscrites dans une charte. La culture caractérise l'entreprise et la distingue des autres, dans son apparence et, surtout, dans ses façons de réagir aux situations courantes de la vie de l'entreprise comme traiter avec un marché, définir son standard d'efficacité ou traiter des problèmes de personnel [2, 84].

Les composantes de la culture d'entreprise:

- histoire de l'entreprise (grands hommes, fondateurs, évolution des produits ...)
- rites ;
- contexte culturel initial (professionnel ou national) ;
- symboles ;
- structures de pouvoir ;
- héros ;
- valeurs (implicites ou explicites) ;
- croyances collectives ;
- mythes (ex. : entreprise fondée dans un garage) ;
- codes vestimentaires ;
- langage précis ;
- méthodes de travail ;
- habitudes socio-culturelles.

La culture d'entreprise est la combinaison de différents matériaux culturels, chacun ayant des caractéristiques propres. Il faut tout d'abord relever que toute culture d'entreprise est influencée par la culture nationale et les sous-cultures.

La connaissance de la culture d'entreprise est un préalable indispensable à toute réflexion stratégique. Elle permet de prendre des décisions adaptées, tenant compte des spécificités de l'entreprise, en évitant de fonder sur ces décisions par rapport des normes standard. Il est généralement admis que la culture d'entreprise est un outil de management au service de la performance de l'entreprise. En effet, elle permet au manager :

— d'assurer la cohérence du groupe dans la mesure où elle permet de fédérer sur des valeurs communes qui transcendent les divergences d'intérêt et d'opinion entre les différentes parties prenantes internes (dirigeants, managers, cadres, ensemble des salariés) ; dans ce cadre, la culture d'entreprises apparaît donc comme un outil, dont dispose le dirigeant, pour limiter les risques de conflits et d'affrontement (Théorie du décideur politique Cyert et March) ;

— d'améliorer l'adaptation car un groupe mieux soudé réagit plus efficacement aux évolutions inévitables de l'environnement ;

— de favoriser la motivation puisque les salariés intègrent les objectifs de l'entreprise.

Sur le plan économique, la culture d'entreprise peut donc permettre l'amélioration de la performance. L'adhésion aux valeurs de l'entreprise développe la motivation, permet une meilleure coordination, facilite les synergies, assure une meilleure intégration des nouveaux salariés...

Toutefois la culture d'entreprise comporte des limites :

— les effets attendus ne sont pas toujours atteints car certains individus peuvent ne pas adhérer aux valeurs véhiculées par cette culture, limitant ainsi les effets au niveau de la motivation ; de même, les conflits de personnes peuvent limiter les effets positifs attendus ;

— une culture d'entreprise trop forte peut être perçue par les salariés comme une manipulation, provoquant les effets inverses à ceux attendus ;

— elle peut constituer aussi un facteur de rigidité face aux changements, comme par exemple à l'occasion d'opération de fusion.

Ces valeurs fondant cette culture peuvent être concrètement exprimées dans une charte, le projet d'entreprise [1, 3].

La culture de l'entreprise permet de maintenir une cohésion, elle unit le personnel autour du nom, des produits, des services, des clients, de l'image de marque, afin de devenir un facteur de performance en rassemblant le personnel, en le motivant. La culture d'entreprise peut également avoir un rôle dans le recrutement, en permettant aux futurs collaborateurs de se reconnaître dans ce que l'entreprise présente comme son identité.

Cependant, la culture d'entreprise n'est pas qu'une source de cohésion : elle apporte aussi une contribution primordiale aux fonctionnements techniques, à travers les multiples occasions de bien- ou de mal- assurer la coordination des activités au sein de l'organisation. La culture d'entreprise, en spécifiant, ne serait-ce qu'implicitement, certains comportements et références communs, contribue considérablement à standardiser ces comportements et le traitement des interfaces (même entre personnes ne se connaissant pas : c'est l'avantage de la culture d'entreprise ou de métier) et des imprévus. En posant des valeurs et des représentations communes, elle facilite aussi la compréhension à demi-mots, donc les ajustements mutuels.

Littérature

1. Devillard O. Piloter la stratégie par la culture d'entreprise / O.Devillard. – P. : Les Echos, 2007. – p.84–89.
2. Thevenet M. La culture d'entreprise / M. Thevenet // Que sais-je? – 1993. – Ed. 1, № 2756. – P. : Presses Universitaires de France. – P. 3–8.